

분야별 보고서 간지

분야별 보고서 목차



01 현황조사 및 분석

1. 관련계획 검토
 - 1) 현행법규 주요항목 검토
 - 2) 송도 5·7공구 경관상세계획
2. 대상지 현황조사
 - 1) 가로별 조성현황
3. 국내·외 사례조사
 - 1) 아파트 상가분석
 - 2) 간판정비개선사업구간 분석
 - 3) 신도시 분석
4. 적용방안

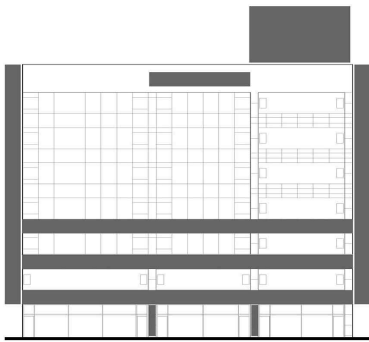
01

01 현황조사 및 분석

1. 관련계획 검토

1) 현행법규 주요항목 검토

- 옥외광고물등관리법은 적용의 우선순위에 따라 상위법을 근거로 함
- 단, 고시와 지침의 사항은 시행령과 조례의 적용 제한에 대한 언급이 있는 항목의 경우 시행령 3장 12조와 32조, 조례 3장 7, 8, 19조에 의거하여 시행령과 조례에 우선 적용함
- 이와 같은 법규 적용의 순위를 고려하여 정리한 송도지구의 옥외광고물 표시에 관한 규제사항은 아래와 같음



<그림 1-1. 옥외광고물등관리법에 의한 광고물의 부착 범위>

구분	지침내용
설치 금지 항목	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 세로형광고물, 현수막, 옥상광고물, 에드벌룬 및 전단, 벽보, 공공시설 이용광고물
표기 내용	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 광고물의 문자는 한글, 한자, 외국문자 또는 특수문자 모두 가능함 ◦ 문자 또는 숫자의 면적은 표시면적의 40% 초과를 금지함 ◦ 상호, 상표 이외의 사용자의 성명, 주소, 전화번호, 영업내용 등은 표시면적의 10% 초과를 금지함 (표시면적 합계가 1m²이하인 경우 예외) ◦ 일정규모 이상의 광고물에 한하여 표시면적의 75% 이상의 면적에 상징도안, 이미지, 픽토그램 등의 표시를 의무화함
수량	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 업소당 옥외광고물 면적총량제를 적용함
형태	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 연막이나 연기 등 기체 사용을 금지함 ◦ 빛이나 광선 등의 투사를 금지함 ◦ 세로형 광고물과 옥상광고물을 금지함
색채	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 원색계열 색상의 과다사용을 금지하고, 원색을 사용할 경우 주변과 조화 고려할 것을 권장함 ◦ 가급적 파스텔톤의 색채, 광고물의 재료를 이용한 색, 간접조명에 의한 색채효과 등을 권장함
재료	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 플렉스 등 유연성 원단 또는 유사한 재료를 지양함 ◦ 주변과 조화를 고려한 다양한 재료의 사용을 권장함
위치	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 건축선 밖의 표시를 금지함 ◦ 전면유리(커튼월)의 경우 판류형 광고물을 금지함

<표 1-1. 옥외광고물등관리법 광고물 표시에 관한 일반사항>

2) 송도 5·7공구 경관상세계획

가. 권역별 옥외광고물 컨셉

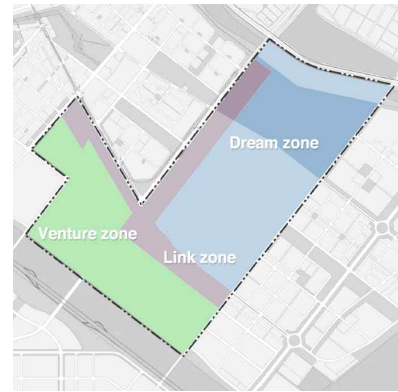


■ Dream zone

- 젊음의 장소, 생각하는 장소로서의 경관 연출
- 디자인모티브 : 자유로운 유선형
 - 주거시설용지 : 정돈된 거리 (Clean)
 - 교육·연구시설용지 : 절제된 자유로움 (Freestyle)

■ Link zone

- 역세권과 상업용지가 배치되어 있는 지역으로 송도지구의 연계성 고려
- 디자인모티브 : 연결된, 유기적 나선형
 - 주거시설용지 : 정돈된 거리 (Clean)



<그림 1-2. 5·7공구 옥외광고물 권역>

나. 권역경관 옥외광고물 가이드라인

- 옥외광고물 가이드라인은 인천경제자유구역의 개발 목적 및 송도 경관계획을 준수하고, 송도 5·7공구 경관상세계획의 도시 및 건축계획 가이드라인과 통합적으로 전개

구 분	지 침 내 용
문자 숫자	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 한글, 한자, 외국문자, 특수문자로 표기 가능 ◦ 한글, 영문을 병기하여 표기하며 한글의 경우 우리말의 아름다움을 표현하도록 노력 ◦ 문자, 숫자의 면적은 광고물 표시면적의 40%이내 표기 ◦ 상호·상표 외 문자·숫자는 광고물 표시면적의 10% 이내 표기
도안	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 「옥외광고물 등의 도안 등 표시의무제」 경우 해당고시 규정 준수 ◦ 「옥외광고물 등의 도안 등 표시의무제」 적용대상이 아닌 광고물 고시에 준하여 표기 ◦ 전통의 아름다움 또는 현대적으로 재구성한 광고물 등의 표시 권장
재료 형태	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 플렉스, 유연성 원단 또는 이와 유사한 재료 사용을 지양하고 주변과 조화될 수 있는 재료 사용 ◦ 설치·변경·제거가 용이하고 제거 시 설치흔적을 최소화함
색채	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 원색계열 색상의 과다사용 금지, 4종류 이하의 색채 사용 (파스텔톤의 사용) ◦ 건물과 주변의 조화를 이루도록 함 ◦ 재료의 특성을 이용한 색채 ◦ 간접조명에 의한 색채
표시장소 위치	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 「옥외광고물 등 관리법」, 기타 관련 법령, 지구단위계획과 이 고시의 규정의 허용 없이 도로 안 및 건축한계선 밖의 광고물 등의 표시 금지 ◦ 전면유리 부분 및 유리면에 광고물 등의 표시 금지

2. 대상지 현황조사

1) 가로별 조성현황

- 전반적으로 옥외광고물은 가로별 특성에 따라 디자인의 질적 수준의 차이가 크게 나타났으며, 특히 점포수가 과밀한 경우와 점포수가 적거나 단독 건물일 경우 광고물의 설치 형태가 전혀 다르게 나타남
- 송도를 대표하는 가로의 옥외광고물은 수준이 대체적으로 양호하나 소규모 업소가 밀집한 이면도로의 상가 광고물은 질서체계가 미약하고 가독성이 떨어짐



송도로

- 국제화 도시임을 감안한 국·영문 표기와 가독성 높은 서체 사용
- 송도로 진입 시 인지가 불리한 위치에 설치되어 정보전달의 효율성 부족



Park Row

- 공공, 민간, 연구영역 등 전반적으로 옥외광고물 조성 현황이 우수함
- 대다수의 옥외광고물이 영문으로만 표기됨



2·4공구

- 입면의 여백과 설치방법 등 주변 환경과의 관계를 고려하지 않아 가독성이 떨어짐
- 자극적인 색채와 글씨 등 가이드라인 준수 저조

- 송도국제화복합단지 내 옥외광고물 설치가 가장 활성화 될 것으로 판단되는 지점은 대중교통 및 보행체계가 양호한 캠퍼스타운역과 연세대학교 캠퍼스를 연결하는 중심상업가로 지점임

3. 국내 · 외 사례조사

■ 사례조사의 주안점

- 기존의 문제점이 개선된 정비사례와 첨단기술이 도입된 특화사례 등을 중심으로 선별함
- 송도국제화복합단지의 여건과 유사한 국내 · 외의 주요 신도시의 옥외광고물 경관특성을 분석하여 시사점을 도출하고 적용방안을 설정하도록 함

1) 아파트 상가분석

가. 서초구 반포동 자이 플라자 (신설)

- 건축물 계획 시 커튼월 입면에 부착위치를 설정하고 광고물간의 규격 및 표기 형태를 통일하는 등 동일 건물 내 광고물 디자인시스템의 일관성 및 표준화, 매뉴얼화를 통하여 조화로운 옥외광고물 경관을 형성함
- 재활용이 불가능한 기존의 플렉스(flex) 간판을 지양하고, LED등과 같은 새로운 조명 소재를 사용하여 에너지 효율을 높임



구 분	지 침 내 용
수 량	◦ 1업소 1간판 (단, 도로 곡각지점에 한하여 1개 추가 가능)
위 치	◦ 3층 이하 가로형 간판 / 지하층, 4층 이상 통합지주이용간판
크 기	◦ 가로폭 : 벽면 가로 폭의 80% 이내, 최대크기 10m이내 ◦ 세로폭 : 입체형의 경우 표기내용 최대 45cm이내 ◦ 돌출폭 : 30cm이내
형 태	◦ 건축물의 외벽이 유리 등의 재질로 된 건물에는 입체형 표시 ◦ 중점권역의 경우 돌출간판 설치 금지 ◦ 연립형 간판의 면적은 개별업소 당 0.5m ² 이내, 최대 8m ² 초과 금지
조 명	◦ LED(발광다이오드)조명에 커버를 씌어 문자중심으로 간접조명 표시
색 채	◦ 서체색 통일, 배경색과 상징도형에 한하여 업소의 고유색채 지정

※중점권역 : 20m 이상의 도로변이나 예산지원 사업사업 지역

<표 1-2. 서초구 옥외광고물 가이드라인>

01 현황조사 및 분석

나. 송파구 신천동 재건축 아파트 상가시설 (신설)

- 잠실지역의 대규모 아파트 재건축 추진으로 인하여 아파트 상가시설과 그 주변의 옥외 광고물 수준이 크게 향상됨
- 커튼월 건축물의 경우 가이드라인이 미치지 않는 실내공간에 변칙적인 광고물 게시로 시각적 혼란을 초래



2) 간판정비개선사업구간 분석

가. 송파구 올림픽로, 송파대로 (정비)

- 디자인서울거리(시범가로) 지정으로 옥외광고물의 전반적인 개선사업 실시
- 건물 내 과도한 통합디자인으로 일부 몰개성적이고 획일화된 옥외광고물 경관을 형성함
- 조화성과 창의성 모두를 표현해야 하는 과제를 안고 있음



3) 신도시 분석

가. 서울 상암동 DMC (Digital Media City)

- DMC는 세계 최초로 계획에 의해 조성되는 디지털 기술 특화도시로서 유비쿼터스 네트워크 인프라를 바탕으로 새로운 사이버환경과 가로환경과의 조화를 이루도록 하며 새로운 도시정보 디자인의 관계를 DMC 옥외광고물 계획을 통해 정립됨
- DMC 옥외광고물의 특징은 디지털사인(LED전광판)의 설치를 적극 권장하여 광고물의 수량을 제한하였고 건축물의 입면에서도 광고물의 밀집도를 높여 광고물로 인한 시각적 혼란을 최소화함
- 건축물의 외벽에 디지털 파사드를 도입하여 LED전광판 설치로 인한 건축물 외벽과의 이질감을 최소화함



<그림 1-3. 미디어사인이 적용된 DMC의 옥외광고물 예시도>

나. 일본 후쿠오카시 시사이드 모모치

- 시사이드 모모치는 인천경제자유구역과 같이 바다를 매립한 곳으로 후쿠오카시의 도시 경관조례에 의한 계획적 도시 조성지구임
- 건축물 외부 마감재의 질적 향상에 주력하며 광고물의 수량과 규격을 최소화해 중점을 두어 대부분의 건물에 지주형 광고물을 설치하며 건물명 광고물 이외에 다른 광고물 부착을 가급적 자제함
- 지역 주민 스스로가 '아름다운 거리'를 조성하기 위해 자발적으로 조례에 명기된 사항들을 준수토록 유도함
- 최초로 경관계획 수립 시에도 건물의 외관과 형태가 서로 다른 다양한 건물을 건축하도록 하였으며 광고물로 인한 건물의 왜곡이 최소화될 수 있도록 노력함
- 건축물 저층부는 규제를 완화하고 중·고층부는 광고물을 엄격하게 제한하고 있으며 건축물 높이에 관계없이 시각적으로 인식되는 3층 이하 입면의 면적을 대상으로 광고물의 총량을 규제하고 있음
- 단독주택, 공동주택, 상업, 업무, 레크레이션, 문화공익시설, 요카토피아토모리, 해변공원 등 6개 지구로 구성되어 있으며 광고물의 설치기준은 다음과 같음

구분	설치 기준
공동 사항	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 건축물이나 오픈스페이스와의 조화를 고려 ◦ 네온관이 노출되는 광고물과 점멸광고물 설치 불가 ◦ 도로점용 광고물 설치 불가 ◦ 고채도색이나 형광색을 사용하는 경우에는 넓은 면적에 대한 사용은 피하고 강조색은 부분적으로 사용함 ◦ 옥상광고물은 설치 불가 ◦ 벽면에서 돌출폭은 30cm 이내로 함 ◦ 창문광고 설치 불가
허용면적 차별화	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 벽면 1면당 총량 5㎡ 이내로 하여 벽면 면적의 1/10 이하로 함 ◦ 가로변의 편의시설 등에 설치되는 것에 대해서는 지상에서의 높이가 6m를 초과하는 범위에서는 벽면 1면당 총량 10㎡ 이내로 하고, 지상에서의 높이가 6m 이하 부분은 벽면 면적의 1/15 이하로 함



<표 1-3. 일본 후쿠오카시의 옥외광고물 가이드라인>

다. 일본 요코하마 미나토미라이21 중앙지구

- 원경이나 근경을 고려하고 질서 있는 옥외광고물 경관을 형성하여 거리의 활력을 창출함
 - 원경 : 고층부에 설치되거나 큰 규모, 선명한 색채의 옥외광고물은 멀리서도 눈에 띄기 때문에 건물과 가로경관과의 조화를 위해 신중한 검토가 이루어짐
 - 근경 : 거리의 활력을 느끼게 하는 요소로 보행자 레벨에서의 색채적 다양성과 다른 광고물이나 주변 요소와의 색채적 부조화에 주의하여 보행자의 시각을 즐겁게 하고 매력 있는 거리경관 형성에 기여할 수 있는 수준 높은 디자인을 지향함



구 분	범 위
표시내용 디자인	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 표시내용은 지역의 활기나 양호한 환경의 연출에 기여하도록 상품, 서비스 등의 영리목적 부분을 최소한의 크기로 한 품위가 느껴지는 디자인 계획 ◦ 빌딩 사인은 독립문자, 마크 등의 조합에 의한 것으로 함
색채	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 표시면의 색채는 먼셀 표색계에서의 색상이 R 또는 Y계열에서 명도가 40이상 80이하의 것은 채도 80이하의 차분한 색채로 함
조명	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 조명은 점멸식이나 고휘도 등은 피하고 거리의 활력이나 지구 전체의 야경연출을 저해하지 않는 것으로 함
영상광고	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 영상장치를 이용하는 야외광고물은 설치위치, 크기, 방영내용, 방영시간, 기간, 조도, 휘도, 음량 등 양호한 경관조성을 충분히 고려한 것으로 함

<표 1-4. 미나토미라이21 중앙지구 옥외광고물의 부문별 계획방향>



<그림 1-4. 부문별 상세계획도>

01 현황조사 및 분석

4. 적용방안

- 상위 관련계획의 이해를 바탕으로 기 조성된 옥외광고물 현황의 문제점을 발견하고 송도 국제화복합단지의 여건과 유사한 국내·외의 주요 도시의 옥외광고물 경관특성을 분석하여 개선사항을 도출하고 방향성을 제시하도록 함

구 분		적용방안
관련 계획	옥외광고물등 관리법	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 옥외광고물등관리법 광고물 표시에 관한 사항을 기본적으로 준수 ◦ 현행법규상의 옥외광고물의 분류 기준을 보완하는 새로운 형식의 광고물 유형과 목적에 적합한 설치기준 제시
	5·7공구 경관상세 계획	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 송도지구의 도시계획적 맥락과 5·7공구의 경관상세계획이 표현하고자 하는 방향을 도시건축, 색채, 경관조명 가이드라인과 연계하여 전개
가로별 조성현황		<ul style="list-style-type: none"> ◦ 건축입면 설계 시 옥외광고물과 통합되어 계획될 수 있도록 지침화 ◦ 건축유형을 고려한 광고물의 모듈화와 배치 원칙이 필요함 ◦ 소규모 업소나 디자인 수준이 열악한 업종을 위한 상세한 옥외광고물 가이드라인과 예시안 제시
국내 사례	서초구	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 새로운 건축 유형에 대응하는 다양한 광고물의 개발이 필요 ◦ 동일 건물 내 광고물의 통합디자인 계획으로 조화로운 시각질서 확립
	송파구	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 변칙적 광고물 게시를 금하는 다각적, 구체적인 지침 제시 ◦ 동일 건물 내 통합디자인 계획 시 우려되는 광고물의 획일화에 대한 예방법 모색
	상암동 DMC	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 기술의 발전에 의한 도시구조와 건축물의 변화는 물론 광고매체의 다변화에 대응할 수 있도록 범위를 확장 ◦ 디지털사인의 설치로 광고물의 집약화, 가로 내 시각적 혼란을 줄임
국외 사례	후쿠오카	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 건축 입면의 왜곡을 줄이기 위한 최소화된 규격과 수량의 광고물 조성 ◦ 건축물 높이에 따른 지침의 차별화 ◦ 용도별 지침의 차별화 : 주거지역 규제강화, 상업지역 규제완화
	요코하마	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 조망범위에 따른 지침의 차별화 <ul style="list-style-type: none"> - 근경영역 : 광고물 크기, 재료, 색채 등을 통해 가로분위기 활성화 유도 - 원경영역 : 집합적인 광고물들이 만들어내는 외곽선 (연속적 배열이나 위치)을 통한 안정적이고 질서 있는 광고물 조성



03 경관상세계획

1. 유형별 광고물 조성방안
 - 1) 옥외광고물 일반적 설치기준
 - 2) 유형별 옥외광고물 가이드라인
2. 가로별 광고물 조성방안
 - 1) 가로별 광고물 유형 가이드라인

03

1. 유형별 광고물 조성방안

1) 옥외광고물 일반적 설치기준

구분	가이드라인
수량	<ul style="list-style-type: none"> 1개 업소당 1개 원칙 (곡각부, 2개층 사용업소 예외)
형태	<ul style="list-style-type: none"> 입체형 광고물 설치 원칙/세로형 광고물 설치 금지/규격의 소형화 권장 3층 이하 입체형 설치 (일반형 가로 기준) 가로 특성 따라 제한층수가 다르므로 가로별 광고물 유형 가이드라인 비교 참고 4층 이상 업소명 광고물 설치금지 (건물명 광고물 예외) 4층 이상 건물은 건물명이나 성명·상호 또는 상징도형에 한해 건물상단에 입체형 광고물 부착 가능 건물 폭 20m 이상 및 입주업소 20개 이상 상가건물은 1층에 교체 용이한 연립형 또는 지주이용광고물 권장 다양한 서체와 캐릭터 등을 사용해 최대한 개별 점포의 특성을 살리도록 함 2층 이상은 유동인구의 시선에 맞추기 위한 기울기나 형태가 조절된 구조 권장 (★) ※ 단, 보행자가 광고물을 올려보았을 때 위압감을 느끼지 않도록 계획
규격	<ul style="list-style-type: none"> 문자 또는 숫자 면적은 광고물 설치가 가능한 범위의 비탕면 40% 초과 금지 상호·성명·주소(인터넷주소 포함)·전화번호·영업내용 등의 면적은 광고물 표시면적의 10% 이내로 표시 (표시면적합계 1㎡ 이하 제외) 문자 및 숫자 세로크기 최대 60cm 미만 (1층 50cm 이내, 2~3층 60cm 이내) 가독성 확보를 위하여 광고물의 돌출폭을 최소화 하도록 함 (★)
내용	<ul style="list-style-type: none"> 메뉴, 가격, 실물사진, 이미지 등 영업내용 표시 금지 학교, 은행, 병원, 약국 등 공공기관 및 공적 기능 관련시설의 픽토그램 표시 권장 (국제 표준 픽토그램 기준) 모든 문자 적용이 가능하며, 공공기관 및 공적 기능 관련시설은 한글 기입 시 영문병기 의무화, 외국어 기입 시 한글 기입 의무화 (+)
색채	<ul style="list-style-type: none"> 채도 10 이상 (한국표준색표집 기준)의 원색의 사용은 심의를 통해 허용 ※ 단, 고유 심벌이나 로고의 경우 전체 표기요소의 5% 이내에 한하여 원색사용 허용 하나의 광고물에 4종류 이하의 색채사용 (야광, 형광색 사용금지) 색약자, 고령자를 배려하여 가급적 배경색과 업소명의 색채 명도차를 3도 이상 확보 재료의 특성을 이용한 색채 사용 권장
재료	<ul style="list-style-type: none"> 건물 입면 재질을 반영하여 건축 이미지와 유사 또는 지나치게 대비되지 않는 범위 내 재료 사용 플렉스 등 유연성 원단, 네온관 또는 이와 유사한 재료 사용금지
조명	<ul style="list-style-type: none"> 형광등 및 네온에 의한 조명 금지 광고물과 주변 환경과 휘도비 10:1 초과 금지
설치 방법	<ul style="list-style-type: none"> 광고물의 설치·변경·제거가 용이하도록 하며 제거 시 설치 흔적이 최소화 될 수 있도록 계획 옥상광고물 설치금지 현수막 설치 금지 (단, 배너이용광고물은 지정구역에 한하여 설치가능) 창문이용광고물은 1층에 한하여 설치 가능
기타	<ul style="list-style-type: none"> 도시미관 및 안전에 지장이 없다고 인정되는 경우 심의를 거쳐 완화하여 표시 가능함

(+) 현행법에서 규제강화 (-) 현행법에서 규제완화 (★) 추가신설

2) 유형별 옥외광고물 가이드라인

가. 가로형 광고물

구분	가이드라인
수량	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 1개 업소당 1개 원칙 (곡각부 예외) ◦ 2개층 이상 사용 업소는 2개 허용 (2층 이하 적용가능)
형태	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 2층 이상 가독성 확보를 위해 기울기나 형태 조정 권장 (★) ◦ 3층 이하 입체형 설치 원칙
규격	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 가로폭 : 해당업소 가로폭 70% 범위 이내 (+) 또는 설치 범위 전체 면적의 30% 범위 이내 (★) ◦ 세로폭 : 1층 50cm 이하 / 2~3층 60cm 이하 ◦ 건물 내 광고물의 세로폭 크기를 가급적 통일
위치	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 3층 이하 업소에 한하여 설치위치 3층까지 제한 (일반형 가로 기준) ◦ 가로의 특성에 따라 광고물 제한총수가 다르므로 '가로별 광고물 유형 가이드라인 비교'참고 ◦ 4층 이상 가로형 설치금지 ◦ 지하층, 4층 이상 연립형 광고물이나 지주이용광고물 이용 (-) ◦ 같은 층 광고물간의 설치 높이 통일 ◦ 벽면으로부터 돌출폭 30cm 이내로 밀착

(+) 현행법에서 규제강화 (-) 현행법에서 규제완화 (★) 추가신설

나. 돌출형 광고물

구분	가이드라인
수량	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 가로형 광고물을 설치가 가능한 1층 업소에 한하여 소형돌출광고물을 1개 업소당 1개 원칙으로 함 (지정구역에 한함)
형태	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 돌출형광고물의 종류는 소형돌출광고물(=돌출행잉광고물)로 제한 ◦ 2층 이상 돌출형 광고물 금지 (+) ◦ 2층 이상에 설치되었던 기존의 연립 돌출형 광고물 방식은 지주이용광고물 또는 연립형 광고물로 대체
기타	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 그 밖의 사항은 소형돌출광고물 가이드라인 참조

(+) 현행법에서 규제강화 (-) 현행법에서 규제완화 (★) 추가신설

다. 창문이용 광고물

구분	가이드라인
형태	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 햇빛 차단 목적의 썬팅 시트지는 무채색, 반투명 점착필름 이용 권장 ◦ 매장 인테리어나 디스플레이와 조화를 이루는 창문이용광고물의 경우 창문 면적의 30%까지 허용하며 조형성을 강조하기 위하여 설치면적의 70% 이상을 상징도안으로 표현하도록 함 ◦ 표시면적을 초과하더라도 조형적이며 가로경관 활성화에 도움이 된다면 심의를 거쳐 표시할 수 있음
규격	◦ 폭 15cm 이하로 1개의 안전띠 형태로 표시
위치	◦ 1층 이하 출입문과 창문에만 표시 가능
내용	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 상호, 상표, 전화번호, 상징도안에 한해 표시가능 ◦ 영업내용 표시 금지 ◦ 색상 띠 부착보다는 반투명 점착필름을 통한 상징도안이나 문자 표시 권장 (★) ◦ 창문 내·외부 점멸방식 LED전광판 부착금지 (★) ◦ 창문 내부 가림막에 상호, 상표, 전화번호, 상징 도안 등을 창문면적의 20% 이상 표시한 것은 불법 광고물로 간주하고 이를 금지함 (★)

(+) 현행법에서 규제강화 (-) 현행법에서 규제완화 (★) 추가신설

라. 지주이용 광고물

구분	가이드라인
수량	◦ 4층 이상 건물에 한하여 건물당 1개 설치가능
형태	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 10개 이상 업소 광고물이 통합 지주이용 광고물을 설치한 경우 개별업소 지주형 광고물 설치 금지 ◦ 업소의 증가를 고려한 형상으로 계획 ◦ 조명 : 국부조명 등을 활용하여 광고물을 비추는 간접조명방식
규격	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 높이 : 최대 2m 이하 (지면으로부터 상단높이) (-) ◦ 면적 : 2.5㎡ 이내 (1면 기준)
위치	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 보도 경계선으로부터 0.5m 이상, 차도 경계선으로부터 1m 이상 거리확보 ◦ 보행자, 차량통행에 지장 없도록 표시 ◦ 녹지 등 외부공간의 디자인과 연계되어 설치 ◦ 지주이용광고물을 커튼월 내부 연립형 광고물로 대체하여 계획 시 조명 및 광고물 규격 완화 (★) (조명 : 국부조명을 활용하여 광고물을 비추는 방식 → 광고물 내부에 광원을 삽입하는 방식) (규격 : 개별 광고물 1개 면적 0.5㎡이내, 최대 8㎡이내 → 광고물 1개 면적 0.6㎡이내, 최대 10㎡ 이내)

(+) 현행법에서 규제강화 (-) 현행법에서 규제완화 (★) 추가신설

마. 연립형 광고물

구분	가이드라인
수량	◦ 광고물 총수량에 포함
형태	◦ 5개 이상 10개 이하 업소의 경우 연립형 표시 권장 (★) ◦ 11개 이상의 업소는 통합 지주이용광고물 권장 ◦ 업소의 증가를 고려한 형상 ◦ 층수, 상호명 등 핵심적인 내용만 표시 ◦ 서체 크기나 간격, 배경 색채 등 통일감을 위한 조화 유도 ◦ 구조체를 금속재질로 사용할 경우 고광택의 반사체 재질의 사용을 지양
규격	◦ 개별 광고물 1개 면적 0.5㎡이내, 최대 8㎡이내 ◦ 벽면으로부터 돌출폭 20cm이내로 밀착 ◦ 가독성 향상을 위해 인접한 광고물간의 간격 확보
위치	◦ 건축물의 조형 요소로 활용 되도록 건축 설계 시 고려 (★) ◦ 커튼월 내부에 설치한 연립형 광고물을 권장하며 계획 시 광고물 규격 완화 (★) (규격 : 개별 광고물 1개 면적 0.5㎡이내, 최대 8㎡이내 → 광고물 1개 면적 0.6㎡이내, 최대 10㎡ 이내)
색채	◦ 광고물 배경색 적용 시 건축입면 색채를 감안하여 동일 또는 유사계열 색상 기준으로 면셀명도 2이하 권장 ◦ 총별 배경색을 동일 또는 유사색상의 톤온톤 배색으로 구별하여 정돈되고 시인성이 높은 광고물이 되도록 함 ◦ 각각의 광고물 배경색이 다른 경우 서체는 동일하게 통일 ◦ 광고물 배경색 없이 건축물 입면에 입체형 글씨를 부착 시 입면과 글씨간의 면셀명도를 6이하로 권장 ◦ 기본적으로 반대색상의 배색과 채도대비는 규제

(+) 현행법에서 규제강화 (-) 현행법에서 규제완화 (★) 추가신설

바. 주유소 및 가스충전소

구분	가이드라인
수량	◦ 차양면 한 면당 1개, 업소당 총 2개 이내로 설치 가능 (폴사인 포함)
형태	◦ 입체형 설치 원칙 ◦ 지주이용광고물, 유동성 광고물, 형광등을 이용한 폴사인 설치 불가 (★) ◦ LED조명을 이용한 통합형 폴사인 설치 권장 (상표+유가표시) (★) ◦ 만국기, 바람개비 등의 이벤트성 광고물 설치 불가 (★)
규격	◦ 가로폭 : 차양면 가로폭 범위 40% 이내 ◦ 세로폭 : 80cm 이내 ◦ 폴사인 : 높이 10m 이하, 면적 2㎡ 이하
색채	◦ 주유소 및 가스충전소 광고물 색채에 한하여 3종류 이하의 색채사용 권장 (브랜드 상징색채 포함)
내용	◦ 차양면 각 면을 1개로 인정, 각 면 연결표시 금지 ◦ 정유사 지정색은 부대시설을 포함한 건물 입면적의 1/3 이내로 적용

(+) 현행법에서 규제강화 (-) 현행법에서 규제완화 (★) 추가신설

사. 소형 돌출 광고물 (지정구역설치 광고물)

구분	가이드라인
수량	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 가로형 광고물을 설치 시 소형돌출광고물 설치 가능 (-) (1층 업소에 한함) ◦ 1층에 한하여 1개 업소당 1개 원칙 ◦ 소형 돌출 광고물은 광고물 총수량에 미포함 (-) ◦ 건축물 입면에 가로형 광고물을 설치하지 않고 소형 돌출 광고물만 계획 시 광고물 총수량에 포함 (★) ◦ 업소에 가로형 광고물을 설치하지 않고 소형 돌출 광고물만 계획 시 조명이나 규격, 색채 완화 (★)
형태	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 가로형 광고물과 일체화된 형태 권장 (★) ◦ 공공기관 및 공적 기능 관련시설은 픽토그램 표시 권장
규격	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 가로폭 : 50cm 이내 / 소형돌출광고물만 계획 시 60cm 이내 ◦ 세로폭 : 50cm 이내 / 소형돌출광고물만 계획 시 60cm 이내 ◦ 돌출폭 : 벽면으로부터 70cm 이내/소형돌출광고물만 계획 시 80cm이내 ◦ 두께 : 최대 10cm 이내 / 소형돌출광고물만 계획 시 15cm 이내
위치	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 출입구 좌측이나 우측 설치 가능 ◦ 인접한 업소와 광고물이 겹치지 않도록 건물 내 소형돌출광고물 설치 위치 통일 권장
조명	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 가로형 광고물 설치 시 소형돌출광고물 조명설치 불가 ◦ 소형돌출광고물만 설치 시 조명설치 가능 (광고물의 내부에 광원을 삽입하여 상징조형이나 문자를 부각) ◦ 단, 자연형가로 내 소형돌출광고물만 설치한 업소에 한하여 간접조명 설치 허용

(+) 현행법에서 규제강화 (-) 현행법에서 규제완화 (★) 추가신설

아. 미디어 이용 광고물 (지정구역설치 광고물)

구분	가이드라인
수량	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 지정구역에 한하여 건물 당 1개 설치가능
형태	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 미디어사인, 미디어보드 중 한 종류 선택 가능 ◦ 미디어보드 : 판형, 굴곡형, 블라인드형
규격	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 판형 및 굴곡형의 크기는 설치되는 건물 입면적의 10%를 초과 금지
위치	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 미디어사인은 1층 이하 가로형 광고물을 대신하여 설치를 권장함 ◦ 판형 및 굴곡형의 경우 3층 이상의 높이에 한하여 설치 가능 ◦ 블라인드형 설치 시 내·외부 투시율이 높은 파사드 면 활용 ◦ 인근 주거단지에 광고물 광원의 영향이 미치지 않도록 설치 ◦ 설치위치 및 세부사항은 심의를 통하여 결정
내용	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 상업광고는 시간 당 표출비율이 40%를 넘지 않아야 함

(+) 현행법에서 규제강화 (-) 현행법에서 규제완화 (★) 추가신설

자. 배너 이용 광고물 (지정구역설치 광고물)

구분	가이드라인
형태	<ul style="list-style-type: none"> 지주이용현수막, 지정 계시대 이용 현수막 금지 지정구역에 한해 건물 지정 계시대 이용 / 공공시설물 이용 (대상 공공시설물 : 가로등, 보행등)
규격	<ul style="list-style-type: none"> 폭 50cm, 세로 1m 이내, 지면으로부터 2.5m 이상
위치	<ul style="list-style-type: none"> 가로상 연속적 배치될 경우 색채이미지 통일 조명기능을 저하시키는 위치 설치 금지
내용	<ul style="list-style-type: none"> 공공의 목적을 위한 내용을 표기하며, 상업적 목적의 내용 게시 금지 행사를 알리는 문구와 로고, 심볼 등을 중심으로 간결하게 표기

(+) 현행법에서 규제강화 (-) 현행법에서 규제완화 (★) 추가신설

2. 가로별 광고물 조성방안

1) 가로별 광고물 유형 가이드라인

가로구분	상징형 가로	테마형 가로	자연형 가로	대응형 가로	일반형 가로
업소당 광고물 총수량	1개	1개	1개	1개	1개
광고물 설치위치	3층 이하	2층 이하	2층 이하	2층 이하	3층 이하
점멸조명 및 광원노출	심의 후 허용	불가	불가	불가	불가
지정구역 설치 광고물	미디어이용 광고물	●			
	배너이용 광고물	●	●	●	
	소형돌출 광고물	●		●	
	비고	<ul style="list-style-type: none"> Waterfront complex에 한하여 소형돌출광고물 허용 			



04 경관계획 실현 및 운영방안

1. 실행방안
 - 1) 가이드라인 준수 유도대책
2. 운영관리
 - 1) 불법광고물 철거 및 관리용역
3. 유도적 사항
 - 1) 광고물 디자이너 등록제 실시,
우수광고물 선정
 - 2) 옥외광고물 아이디어 공모전 개최
4. 실행 및 재원조달방안
 - 1) 민간투자 사업
 - 2) 재원조달방안
 - 3) 예산반영시기

04

04 경관계획 실현 및 운영방안

1. 실행방안

1) 가이드라인 준수 유도대책

- 입주사에 송도국제화복합단지 추진 사업의 취지 및 옥외광고물 컨셉을 반영한 ‘송도국제화복합단지 옥외광고물 경관상세계획’을 적극적으로 홍보하여 자발적 준수를 유도하고 입주사의 옥외광고물 설치계획에 반영하도록 유도함
- 단지 내 입주 건물에 입주업체 관리협의회를 구성하여 옥외광고물에 대한 협의와 제한을 자발적으로 준수하도록 유도함
- 입주사의 광고물 관리대책을 별도로 작성해 설치 허가 시 제출하여 지속적인 관리와 유지가 된 수 있도록 하며 특히 미디어보드나 미디어사인 등의 동영상 심의에 대하여 엄격한 관리가 이루어 질 수 있도록 함
- 미디어보드 설치 권장 시 허가 대상의 규제를 탄력적으로 적용할 수 있도록 관리함
- 광고물 적용 시 수량 및 설치 위치에 따른 제한 규제로 인한 업체들의 재산권을 보장하기 위하여 입주업체 면적을 기준으로 합리적인 홍보시간을 할애하며 연립 지주형 광고물은 가로형 광고물 또는 입체형 광고물을 통해 홍보하지 못한 업체에게 우선권을 부여하여 홍보하도록 권장, 형평성에 맞도록 함

가. 옥외광고물 설치 시 고려사항

■ 목적

- 건축설계 단계부터 건축물 외관계획(건축구조, 재료 등)을 광고물 설치 기본계획(광고물의 규격, 설치범위, 접합부의 안전성 확보 등)과 연계하여 설계를 유도하고 광고물을 건축물 외관계획의 중요한 요소를 반영되고 인식하게 함으로써 송도국제화복합단지 조성계획 및 사업취지에 부합되는 견고싶은 가로 조성에 있음

■ 적용대상

- 송도국제화복합단지 옥외광고물 경관상세계획 보고서 내에서 명시한 단지 내 모든 옥외광고물

■ 심의절차



- 건축물과 조화를 이루는 옥외광고물 환경 조성을 위하여 외관 계획 시 옥외광고물 설치 계획안을 동시에 제출, 심의를 통하여 승인 후 광고물 설치가 가능하도록 함

■ 새로운 유형의 광고물을 고려한 심의 강화

- 개별 설치가 어려운 연립형 광고물과 같은 유형의 경우 건축주가 건축설계 반영 의무화
- 2층 이상 광고물이 유동인구의 시선에 맞추기 위한 기울기나 형태가 조절된 구조로 계획된 경우
 - 주변광고물과의 조화성 검토를 위해 옥외광고물 심의 시 파노라마식 현장사진 첨부 권장
 - 양각 조망 시 위압감을 느끼지 않는 디자인 계획을 위해 보행자 양각 조망 시점의 연출 시뮬레이션 첨부 의무화
 - 보행자의 안전을 고려하여 심의 시 광고물 설치의 구조적 검토 필요
 - 심의 후 현장 확인 시 보행자의 안전을 고려하여 허가사항과 맞게 설치되었는지 여부를 상세히 살펴봐야 함

2. 운영관리

1) 불법광고물 철거 및 관리용역

- 불법광고물은 적합하게 설치된 광고물 업주에게 불이익과 불안 심리를 조장함
- 불법광고물은 즉시 철거 하도록 하며, 초기단계에는 제도가 정착될 수 있도록 공무원에 의한 단속과 철거 전문 관리용역의 병행 실시

3. 유도적 사항

1) 광고물 디자이너 등록제 실시, 우수광고물 선정

- 디자이너 등록을 통해 우수광고물 제작업소 및 디자이너 광고 및 홍보
- 관공서 홈페이지를 통해 광고물 디자인을 자유롭게 열람하고 광고물 사업자를 선택할 수 있도록 함
- 광고물 디자인 업체들 간의 자유로운 경쟁을 유도하며 광고물의 디자인 수준을 높임

2) 옥외광고물 아이디어 공모전 개최 (특화사항)

- 교육단지 특수성을 고려하여 대학생 아이디어 공모전 개최
- 수상작은 단지 내 일부 구간 적용
- 옥외광고물 특화계획의 일환으로 수상작은 단지 내 적용
- 광고물 규제 완화나 제작비 일부 지원 등의 인센티브 부여로 참여를 통해 형성되는 옥외 광고물 경관 실현

4. 실행 및 자원조달방안

1) 민간투자 사업

■ 미디어보드

- 전광판 개수, 소자, 구현방법, 크기 등에 따라 가격이 크게 차이가 나고 공공보다는 민간에서 광고대행 등의 사업을 중심으로 투자되고 있기 때문에 이의 설치를 위해서는 IFEZ에서 건물 설계 시 설계지침을 주고 인허가 시 공공목적의 방송을 위한 방안을 제시해야 할 것임
 - 실시설계 시 이에 대한 설계지침 및 입지 등에 관한 권고인이 만들어져야 할 것임
 - 대략 평면 디스플레이 평판은 20억~50억원 정도이므로 송도국제화복합단지 내 결절지점 4개소에 미디어보드가 설치된다면 총 민간투자비는 80억에서 200억원 정도가 투자되어야 할 것으로 판단됨

2) 자원조달방안

- 미디어보드인 풀칼라 옥외전광판은 주로 전광판 광고대행사와 전광판 설치사업자의 투자로 이루어지기 때문에 공공부문에서 투자하기에는 한계가 있음
- 공공부문은 기본적으로 인·허가를 통해 입지 및 설계지침을 주고 민간부문에서 투자가 이루어 질 수 있도록 유도할 필요가 있음

3) 예산반영시기

- 프로젝트 실현의 우선순위는 실현 가능한 기술 수준의 정도, 파급효과, 주변 건물의 완공 및 입주 완료되는 정도에 따라 진행되고 이에 따라 예산이 반영되어야 할 것임
 - 미디어보드는 민간투자에 의해 건물 준공 시에 구현될 수 있도록 유도할 필요가 있음
 - 따라서 전반적인 실시설계가 이루어지고 송도국제화복합단지 내 건물들의 완공시기에 맞추어 미디어보드 구축이 될 수 있도록 함